vinetur

# Follador lance un blog pour remettre le Prosecco à table

Le producteur italien affirme que le site associera des recettes locales au Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG pour bousculer l’idée d’un vin réservé à l’apéritif.

lundi 24 août 2026



Follador Prosecco dal 1769, un domaine de Col San Martino, dans le nord de l'Italie, a lancé un blog centré sur la gastronomie, destiné à présenter le Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG comme un vin de table plutôt que seulement comme un vin d'apéritif.

L'entreprise a annoncé le projet le 24 août, indiquant que ce nouvel espace en ligne sera centré sur des recettes traditionnelles, des accords mets-vins et ce qu'elle a décrit comme une culture du repas partagé liée à la région de Conegliano Valdobbiadene. L'initiative vise à rapprocher davantage les vins du domaine des repas quotidiens et des traditions culinaires locales.

Selon Follador, le blog proposera des recettes ancrées dans la culture alimentaire de son territoire d'origine et des suggestions pour accorder ces plats avec différentes expressions du Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. Le domaine a indiqué que l'objectif est de remettre le Prosecco dans ce qu'il considère comme son cadre originel : la table, les réunions de famille et les repas liés aux saisons.

« Pour nous, le Prosecco n'a jamais été qu'un vin d'apéritif », a déclaré Cristina Follador dans un communiqué diffusé par l'entreprise. Elle a ajouté qu'en Conegliano Valdobbiadene, le Prosecco fait partie de la vie quotidienne, de la cuisine et des moments partagés, et que raconter son histoire à travers des recettes le remet dans un contexte où il rencontre naturellement les mets, les saisons et les gens.

Le projet s'inscrit dans un effort plus large mené par les producteurs du secteur italien des vins effervescents pour élargir la manière dont les consommateurs perçoivent le Prosecco. Sur de nombreux marchés à l'export, le Prosecco est étroitement associé aux apéritifs, aux spritz et aux occasions sociales décontractées. Follador cherche désormais à mettre en avant un autre usage : un vin qui peut accompagner un repas complet et s'adapter à plusieurs types de plats.

Le domaine a précisé que le blog se veut une plateforme éditoriale plutôt qu'une simple collection de recettes. Il prévoit d'utiliser le site pour parler d'ingrédients locaux, de repas familiaux et de la relation entre le vin et le territoire où il est produit. Dans l'interprétation de l'entreprise, chaque recette servira à expliquer comment un vin effervescent des collines de Conegliano Valdobbiadene peut fonctionner avec les mets grâce à sa fraîcheur, son équilibre et son profil aromatique.

Follador a relié cet argument aux conditions de production dans les collines autour de Col San Martino, au cœur de l'appellation Conegliano Valdobbiadene, dans la région de Vénétie. L'entreprise a indiqué que la zone se caractérise par des pentes raides, de petites parcelles de vigne morcelées et un important travail manuel à la vigne. Ces conditions, a-t-elle dit, façonnent le caractère des vins et soutiennent leur usage à table.

« Le partage fait partie de notre culture familiale », a déclaré Cristina Follador. « Le vin n'est jamais séparé du moment où il est partagé. À table, il exprime une dimension plus complète, parce qu'il rencontre les saveurs, les histoires et les racines du lieu d'où il vient. »

L'entreprise n'a pas communiqué de détails financiers liés au blog et n'a pas indiqué si le projet s'inscrit dans un investissement plus large en marketing numérique. Elle n'a pas non plus précisé d'objectifs de trafic, de fréquence de publication ni le nombre de contributeurs qui écriront pour la plateforme. L'annonce s'est plutôt concentrée sur le concept éditorial et sur l'effort du domaine pour présenter le Prosecco Superiore DOCG comme une composante d'un récit plus large autour de la gastronomie et de l'art de vivre.

Follador fait partie d'un certain nombre de producteurs historiques de la dénomination Conegliano Valdobbiadene, la zone vallonnée connue pour produire un Prosecco de niveau supérieur sous la classification DOCG. L'entreprise fait remonter son histoire viticole à 1769, quand, selon la famille, un ancêtre nommé Giovanni Follador a reçu une reconnaissance du doge de Venise pour la qualité de ses vins. Le domaine affirme que neuf générations de la famille sont restées liées à la région depuis lors.

Aujourd'hui, l'entreprise est dirigée par les frères et sœurs Michele, Cristina, Emanuela et Francesca Follador. La société affirme que son identité repose sur l'innovation technique, la durabilité et le respect de la tradition. Elle met également en avant la Gianfranco Follador Method®, un protocole de vinification interne, comme élément de son approche de production. Dans son communiqué, le domaine a décrit cette méthode comme centrale pour maintenir la constance et le style de ses vins.

Le domaine familial est implanté dans une zone qui fait partie des collines de Conegliano et Valdobbiadene inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO. Cette reconnaissance a contribué à accroître le profil international de la région ces dernières années, non seulement comme centre de production viticole, mais aussi comme paysage culturel façonné par des générations de travail de la vigne. Le nouveau blog de Follador semble être une tentative d'utiliser plus directement cette identité fondée sur le lieu dans sa communication auprès des consommateurs.

L'entreprise indique que les exportations sont un volet clé de son activité et que ses vins sont distribués dans plus de 20 marchés internationaux, dont les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Chine et la Nouvelle-Zélande. En lançant un blog centré sur la gastronomie et les accords, le domaine s'adresse aussi aux consommateurs étrangers qui connaissent peut-être le Prosecco comme un vin effervescent de consommation informelle, mais sont moins familiers avec son rôle dans les repas locaux du nord de l'Italie.

Cette initiative intervient alors que les producteurs de vin utilisent de plus en plus des contenus éditoriaux, des récits de recettes et le marketing digital lié au mode de vie pour toucher les consommateurs au-delà des notes de dégustation traditionnelles et des descriptions de produits. Pour les domaines dotés d'une forte identité touristique et territoriale, le contenu culinaire est devenu un moyen de relier les bouteilles à des expériences plus larges, notamment la cuisine régionale, les coutumes familiales et l'alimentation de saison.

Dans le cas de Follador, l'entreprise explique que cette nouvelle plateforme vise à prolonger son identité en ligne à travers des récits de convivialité, de racines et de gastronomie. Le blog devrait présenter le Prosecco Superiore DOCG non seulement comme un vin effervescent de célébration, mais aussi comme un vin capable d'accompagner le déjeuner et le dîner, avec des plats de sa région d'origine et d'ailleurs.